



DAFTAR PUSTAKA

- Adstensity, 2017, *TV Ad Monitoring Solution*, <http://www.adstensity.com> (online accessed 15 Juny 2017)
- AMA, 2013, *Definition of Marketing*, <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (online accessed: 17 Juny 2017)
- APJII, 2016, *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*, <https://www.google.com/url?hl=id&q=https://apjii.or.id/survei2017/download/0HvCpzqO7RkaibB4xJr5Ud8wyFEYcj&source=gmail&ust=1499188763905000&usg=AFQjCNGm4ntt9lsE5c25NTrD3gO6p9KGaQ> (online accessed 15 Juny 2017)
- Azmi, F., 2016, *Pengembangan Model Kesuksesan Produk Susu Formula*, Tugas Akhir, Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Berger, C., Blauth, R., Boger, D., Bolster, C. Burchill, G., DuMouchel, W., Pouliot, F., Richter, R., Rubinoff, A., Shen, D., Timko, M., Walden, D., 1993, Kano Model Methods for Understanding Customer-defined Quality, *Center for Quality Management Journal*, 4, 3-36
- Borden, N. H., 1964, The Concept of the Marketing Mix, *Journal of Advertising Research*, 4, 2-7
- Cambridge Dictionary, 2017, *Meaning of Market Share in the English Dictionary*, <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/market-share> (online accessed: 18 Juny 2017)
- CCI, 2016, *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik di Indonesia 2010-2015*, <http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/> (online accessed: 24 February 2017)
- Cholifah, N., Suharyono, Hidayat, K., 2016, Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 170-177
- Cosmopolitan Indonesia, 2017, *9 Produk Kecantikan yang Buat Anda Makin Percaya Diri*, <http://www.cosmopolitan.co.id/article/read/4/2017/11790/9-produk-kecantikan-yang-buat-anda-percaya-diri> (online accessed: 17 May 2017)
- Dianti, M. R., 2013, Pengaruh Faktor Psikologis dan Subbudaya Agama terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal di Kota Padang (Studi Kasus pada Kosmetik Wardah), *Jurnal Manajemen*, 2(1), 149-158
- Dinan, F., Azhad, M. N., Fatimah, F., 2016, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Oriflame pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 16-30



- Erdalina, W., Evanita, S., 2015, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisis terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion di Pariaman, *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*, 3(1), 46-63
- Evans, J. R., Olson, D. L., 2003, *Statistics, Data Analysis, and Decision Modelling*, Prentice Hall, Indiana
- Fathor, A. S., 2011, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik di Bangkalan), *Jurnal Investasi*, 7(2), 119-136
- Febrita, I. D., 2011, *Model Prediksi Kesuksesan Produk Berbasis Pendekatan Model Kano*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Ferrinadewi, E., 2005, Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 139-151
- Fitriani, S. D., 2016, *Pengembangan Model Matematis Kesuksesan Produk dengan Metode LASSO (Least Absolute Shrinkage and Selection Operator) dan Model Kano*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada
- Goi, C. L., 2009, A Review of Marketing Mix: 4Ps or More?, *International Journal of Marketing Studies*, 1 (1), 2-15
- Griffin, A., Page, A. L., 1993, An Interim Report on Measuring Product Development Success and Failure, *Journal of Product Information Management*, 10, 291-308
- Gumelar, B., 2016, *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*, Tugas Akhir Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta
- Haryadi, 2009, *Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen melalui Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta)*, Tesis Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang
- Hair, J.F., Black W.C., Babin B.J., dan Anderson R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis 7th ed.*, Prentice Hall, New Jersey
- Henard, D. H., Szymanski, D. M., 2001, Why Some Products are More Successful than Others, *Journal of Marketing Research*, 38(3), 362-375
- Hinterhuber, H. H., Matzler, K., How to Make Product Development Projects More Successful by Integrating Kano's Model of Customer Satisfaction into Quality Function Deployment, *Technovation*, 18 (1), 25-38
- Inda, 2011, *Modifikasi Model Matematis Kesuksesan Produk Berbasis Model Kano*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Intuit, 2013, *Splurge VS Save: Which Beauty Products are Worth to Extra Cost?*, <https://blog.mint.com/consumer-iq/splurge-vs-save-which-beauty-products-are-worth-the-extra-cost-0413/?display=wide> (online accessed: 19 July 2017)



- Irsad, Z., 2010, *Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion, dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia (Studi Kasus pada Masyarakat Ciputat Timur)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta
- Kano, N., Seraku, N., Takashi, F., dan Tsuji, S., 1984, *Attribut Quality and Must-be Quality*, *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(1), 39-48
- Kementerian Perindustrian Indonesia, 2015, *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*, <http://www.kemenperin.go.id/ripin.pdf> (online accessed: 17 May 2017)
- Kementerian Hukum dan HAM Indonesia, 2016, *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016*, <http://peraturan.go.id/uu/nomor-20-tahun-2016.html> (online accessed: 18 May 2017)
- Kontan, 2013, *Nielsen: Penjualan Kosmetik Meningkat*, <http://industri.kontan.co.id/news/nielsen-penjualan-kosmetik-meningkat> (online accessed: 17 May 2017)
- Kotler, P., 2000, *Marketing Management 10th ed.*, Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Kotler, P., Keller, K. L., 2012, *Marketing Management 14th ed.*, Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Kurniawan, A., 2010, *Pengembangan Model Matematis untuk Prediksi Kesuksesan Produk*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Mahendra, M. M., Ardani, I. G. A. K. S., 2015, *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk The Body Shop di Kota Denpasar*, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 442-456
- Marselina, D., 2017, *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Milligan, G. W., Cooper, M. C., 1988, *A Study of Variable Standardization.*, *Journal of Classification*, 5, 181-204
- Naufal, M. F., 2014, *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal terhadap Brand Attitude untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah*, Skripsi Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Nuraini, A., Maftukhah, I., 2015, *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang*, *Management Analysis Journal*, 4(2), 171-179
- Nurhayati, 2008, *Studi Perbandingan Metode Sampling antara Simple Random dengan Stratified Random*, *ICT Research Center UNAS*, 3(1), 10
- Perreault, W. D., McCarthy, E. J., 2002, *Basic Marketing: A Global Managerial Approach 14th ed.*, McGraw-Hill Companies, Inc., North America
- Pontoh, Y. G., 2016, *Pengaruh Celebrity Endorser (Pevita Pearce) terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Garnier BB Cream di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*, Skripsi Jurusan Manajemen, Universitas Lampung, Lampung



- Prakoso, A. B., Negoro, N. P., Persada, F. S., 2017, Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Wardah dengan Pendekatan SWOT-AHP (Analytical Hierarchy Process), *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1), 68-72
- Purbarani, V. H., 2013, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian*, Tugas Akhir Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang
- Refaeilzadeh, P., Tang, L., Liu, H., 2009, Cross Validation, *Encyclopedia of Database Systems*, 532-538
- Riani, D., 2015, *Pengaruh Celebrity Endorser dan Word of Mouth terhadap Minat untuk Berpindah Merek (Brand Switching) dengan Perceived Value sebagai Mediasi*, Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang
- Solopos, 2016, *Emina Buka Gerai di Hartono Mall, Menyasar Anak Muda*, <http://www.solopos.com/2016/06/06/mall-di-jogja-emina-buka-gerai-di-hartono-mall-menyasar-anak-muda-726416> (online accessed: 10 Juny 2017)
- Suharni, 2012, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oriflme pada PT. Orindo Alam Ayu di Pekanbaru*, Skripsi Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru
- SWA, 2016, *Wow, Indonesia Pasar Pertumbuhan Utama Industri Kecantikan ASEAN*, <https://swa.co.id/swa/business-strategy/wow-indonesia-pasar-pertumbuhan-utama-industri-kecantikan-asean> (online accessed: 17 May 2017)
- Top Brand, 2017, *Top Brand for Teens 2017*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2017 (online accessed: 14 April 2017)
- Top Brand, 2016, *Top Brand for Teens 2016*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2016 (online accessed: 14 April 2017)
- Top Brand, 2015, *Top Brand for Teens 2015*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2015 (online accessed: 14 April 2017)
- Top Brand, 2015, *Top Brand for Teens 2014*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2014 (online accessed: 14 April 2017)
- Top Brand, 2015, *Top Brand for Teens 2013*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2013 (online accessed: 14 April 2017)
- Top Brand, 2015, *Top Brand for Teens 2012*, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2012 (online accessed: 14 April 2017)
- Trapsilawati, F., 2010, *Analisis Faktor-faktor Kesuksesan Produk*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
- Uletika, N. S., 2009, *Model Prediksi Produk Sukses Berdasarkan Kanvas Strategi*, Tesis Teknik Industri, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta



- Ulrich, K. T., Eppinger, S. D., 2001, *Perancangan dan Pengembangan Produk*, Salemba Teknika, Jakarta
- Violita, 2016, *Pengaruh Promosi terhadap Etika Perilaku Beli Konsumen Produk ata Rias Wajah Sariayu Martha Tilaar di Prodi Tata Kecantikan*, Skripsi Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Universitas Negeri Semarang, Semarang
- Wijaya, 2011, *Pengembangan Model Prediksi Kesuksesan Produk*, Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Zahra, S. A., Ellor, D., 1993, Accelerating New Product Development and Successful Market Introduction, *S.A.M. Advanced Management Journal*, 58, 9-15